Niveau(x) d'enseignement: 9 Numéro EDUQ : 8270651
Centre d'intérêt: 640

Saucier, Robert.

Télévision et alphabétisation dans une perspective québécoise / Robert Saucier ; [pour le] Ministère de l'éducation, Direction générale de l'éducation des adultes, Equipe Etudes et projets. -- [Québec] : La Direction, 1980.
31 f. ; 28 cm.

Notes bibliographiques au bas des f.

Cote Dewey: 374.02/S255t Cote LC: LC/5219

Descripteur(s): *Télévision éducative *Alphabétisation *Education des adultes

Identificateur(s) de nom: *Etats-Unis *Grande-Bretagne *Streamlined English *Operation alphabet *On the move *Your move *Adult literacy resource agency *ALRA

Il faut se méfier de l'illusion voulant que l'utilisation des médias soit, dans tous les contextes, d'une grande efficacité éducative. L'exemple de Multi-média en témoigne assez. L'auteur, à partir de l'examen d'expériences concrètes menées dans les pays en voie de développement, aux Etats-Unis ("Streamlined English", "Operation alphabet") et en Grande-Bretagne ("On the move", "Your move"), souligne les possibilités et les limites de la télévision comme moyen d'alphabétisation. Il applique finalement les réflexions au contexte québécois.

Une seule expérience a montré les pouvoirs réels, mais limités, de la télévision en alphabétisation: "On the move". Les Britanniques se sont alors servis de la télévision comme d'un moyen parmi d'autres à l'intérieur d'une campagne d'alphabétisation bien structurée. Ils lui ont assigné une tâche qui lui revient naturellement: faire la promotion de la campagne, plus précisément le recrutement des analphabètes, en faisant agréablement appel à l'affectivité des téléspectateurs (utilisation d'un grand réseau télévisé aux heures de pointe). Le soin de l'enseignement a été confié à d'autres moyens, non technologiques ceux-là.

Type de document: r
Auteur de l'analyse: ar

Gouvernement du Québec
Ministère de l'Éducation
Direction générale de l'éducation des adultes

EDUQ 8270651
41-

TELEVISION ET ALPHABETISATION DANS UNE PERSPECTIVE QUEBECOISE

Robert Saucier
Equipe Etudes et Projets
juin 1980

TABLE DES MATIERES

	page
Introduction	1
L'expérience des pays en voie de développement	2
L'expérience américaine	7
L'expérience britannique	14
Conclusion/discussion	24
La perspective québécoise	30

introduction

Il est de bon ton, depuis une vingtaine d'années, d'affirmer que les mass media, la télévision en particulier, jouent un rôle de plus en plus important dans les sociétés modernes, qu'il s'agit là de moyens d'information extrêmement puissants, et qu'on serait bien avisé d'utiliser ces nouveaux moyens pour régler les multiples problèmes éducatifs auxquels doivent faire face les sociétés contemporaines, entre autres les problèmes complexes de l'éducation des adultes.

C'est dans ce contexte qu'il a souvent été question depuis quelques années à la D.G.E.A. d'utiliser la télévision en alphabétisation. Comme j'étais susceptible de participer à l'évaluation d'un tel projet, je me suis intéressé à la littérature sur les expériences déjà réalisées un peu partout dans le monde. Il me semblait que la recherche pourrait ainsi jouer un rôle déterminant dès les premières étapes du projet.

Il m'est cependant apparu au fil de mes lectures que la réalité de la fusion fructueuse des médias avec une entreprise d'alphabétisation est une réalité fuyante qui ne se laisse pas facilement cerner. Il existe bien un certain nombre de textes sur le sujet, mais la majorité d'entre eux nous apportent peu de précisions sur l'efficacité réelle de la fusion médias/alphabétisation. En réalité, on constate souvent que ces textes sont écrits par des développeurs à tous crins qui entretiennent l'illusion, consciente ou pas, d'une grande efficacité éducative des médias dans tous les contextes.

Les responsables des mass media ne s'élèvent évidemment pas contre ce discours, flattés qu'on prête un potentiel aussi généreusement vertueux à leur outil électronique. Les théoriciens de la communication cautionnent intellectuellement ce discours

qui les tient à l'écart de la programmation malpropre (selon leurs propres références culturelles propres) qui défile chaque soir sur leur petit écran. Même les chercheurs en communication entretiennent un verbiage évaluatif sur les promesses de la télévision plutôt que de commenter la réalité trop bassement évidente des cotes d'écoute.

Quoi qu'il en soit, en questionnant la littérature à la fois sur ce qu'elle dit et sur ce qu'elle ne dit pas, nous devrions pouvoir établir un ensemble de nuances sur les usages possibles de la télévision québécoise en alphabétisation.

L'expérience des pays en voie de développement

Je commenterai d'abord brièvement l'expérience des pays en voie de développement, car c'est l'expérience qui est la moins directement transposable au Québec: la situation y est très différente, aussi bien au niveau des médias qu'au niveau de l'éducation.

D'une part, beaucoup de ces pays n'en sont qu'à se donner un minimum d'infrastructure radio-télévision, et même une fois cette première étape franchie, les appareils récepteurs demeurent une denrée très rare; au contraire, le Québec possède une infrastructure diffuseuse d'émissions radiophoniques et télévisuelles depuis nombre d'années et les appareils récepteurs sont un des biens les plus universellement répandues. Le phénomène contraire se présente au niveau de l'éducation: alors que l'analphabétisme est pratiquement universel dans les pays en voie de développement, au Québec, même en élargissant vers l'analphabétisme fonctionnel, la clientèle, quoiqu'impressionnante par son ampleur, demeure une clientèle particulière.

Il y a donc dans les pays en voie de développement une correspondance théorique entre l'étendue du problème éducatif à resoudre (l'analphabétisme massif) et les moyens proposés (les mass media) pour résoudre ce problème. Dans les pays industrialisés, il y a au contraire une contradiction dès le départ puisque les analphabètes sont une minorité dans la population alors que les médias cherchent habituellement à rejoindre la masse.

La concordance entre le problème et la solution est encore renforcée dans les pays en voie de développement par le fait que la radio et la télévision y demeurent des innovations assez spectaculaires pour créer l'événement nécessaire à la motivation de toute une communauté autour d'un projet éducatif. C'est tout le contraire qui se présente chez nous, la radio et la télévision ayant depuis longtemps perdu leur aspect spontanément spectaculaire, d'énormes investissements sont désormais nécessaires pour créer sur les ondes un événement qui attire le public, surtout s'il s'agit d'émissions éducatives, car notre tradition à cet égard en est foncièrement une de divertissement.

Ces réflexions, pourtant fort simples au demeurant, sont la plupart du temps escamotées. Faute d'établir les nuances qui s'imposent, les auteurs tirent des conclusions à portée mondiale à partir uniquement de l'expérience des pays en voie de développement et entretiennent du coup le mythe de la magie pédagogique universelle des mass media.

Retenons tout de même quelques documents qui fournissent des informations sur la situation dans les pays en voie de développement. Le premier ouvrage d'importance que l'on possède sur

la question a été publié par l'Unesco en 1967[1]; il est l'aboutissement d'enquêtes menées à la fin de 1965 et en 1966 dans dix-huit pays, presque tous en voie de développement.

Les expériences décrites dans l'ouvrage sont regroupées selon les grands problèmes éducatifs dont elles traitent, l'un de ceux-ci étant l'alphabétisation et l'éducation de base. C'est malheureusement le secteur où les évaluations sont le moins poussées et les auteurs doivent conclure: "Les enquêtes que nous avons effectuées ne permettent guère d'établir le degré d'efficacité des programmes", mais ils ajoutent cependant, "Quoi qu'il en soit, même en l'absence de telles études (sérieuses), nous pouvons raisonnablement estimer qu'un travail positif s'accomplit"[2]. On ne peut qu'être d'accord avec cette conclusion bienveillante.

Les auteurs font ensuite deux observations que nous retiendrons.

> "Il semble que la tendance actuelle consiste à faire une plus large place à l'enseignement direct dispensé par le moniteur et à compter dans une moindre mesure sur la télévision ou la radio, réduites ainsi au rôle d'auxiliaires du maître local"3.

Deuxièmement, il est nécessaire de fournir des livres de lecture (des textes simples traitant de sujets qui intéressent les adultes) aux élèves qui terminent le cours d'alphabétisation.

---

(1) Wilbur Schramm, P.H. Coombs, F. Kahnert et J. Lyle, The New Media: Memo to Educational Planners, Unesco, Paris, 1967.
(2) Idem, traduction française, Techniques modernes au service d'une éducation planifiée, Unesco, Paris, 1970, p. 86-87.
(3) Idem, p. 87-88.

Un deuxième ouvrage a été publié par l'Unesco en 1971[1]. John Maddison y décrit succinctement l'emploi de la radio et de la télévision dans quarante pays, presque tous en voie de développement, à partir d'enquêtes effectuées par l'Unesco en 1969 et de divers autres documents.

Cette enquête a révélé un accroissement considérable de l'utilisation de la radio et de la télévision en alphabétisation pendant la deuxième partie des années soixante. Le nombre de pays qui font usage de ces techniques (il s'agit le plus souvent de la radio) s'est en effet multiplié par quatre, passant à quarante de dix qu'il était en 1964 alors que l'Unesco avait recueilli des données à cet égard[2].

Maddison déplore la minceur de sa documentation et l'absence de véritables recherches. Il fait tout de même quelques observations qui me semblent tout aussi pertinentes dans notre contexte de pays industrialisé. La première concerne l'utilisation des médias à des fins de promotion, un rôle que Schramm avait déjà souligné[3]. Voici comment un des pays décrit la contribution de la télévision dans ces circonstances:

> "La télévision a imprimé un nouvel élan à l'action d'alphabétisation déjà en cours. La diffusion sur le petit écran de ce genre de programme a révélé au public le problème de l'alphabétisation dans toute son acuité. L'existence d'analphabètes et les difficultés inhérentes à ce fait sont devenues un sujet de conversation ainsi qu'un thème de discussion à la radio, dans la presse et aux sessions de l'Assemblée républicaine"4.

---

(1) John Maddison, Le rôle de la radio et de la télévision dans l'alphabétisation, cahier # 62 de la série "Etudes et documents d'information", Unesco, Paris, 1971.
(2) Anne Hamori, Robert Dottrens, Alphabétisation et enseignement des adultes: Recherche d'éducation comparée, Bur. International d'éducation et Unesco, Genève/Paris, 1964, p. XXXIV - XXXVIII.
(3) Wilbur Schramm, Mass Media and National Development, Stanford University Press, Stanford, California, 1964, p. 163.
(4) John Maddison, op. cit. p. 19.

Maddison relève ensuite quelques aspects importants à propos de la méthode en " alphatélévision":

- l'importance que revêt la personnalité du professeur chargé de l'émission.
- l'importance d'utiliser toutes les ressources techniques qui permettent de mettre sous une forme télévisuelle le contenu de la leçon.

Et c'est tout, ou presque. Bien que les moyens semblaient appropriés à la tâche dans le Tiers monde, la littérature devient pratiquement inexistante après 1971. A peine quelques lignes dans une autre publication de l'Unesco en 1976 [1], mais pas vraiment de données nouvelles;par ailleurs, on ne sait trop ce qu'il est advenu des programmes mis sur pied pendant les années soixante .

Je ne commenterai pas davantage l'expérience des pays en voie de développement, étant donné que leur contexte fondamentalement différent du nôtre limite beaucoup la possibilité de s'approprier leurs résultats en vue d'un éventuel programme québécois, sans compter que nous possédons très peu de données factuelles sur ces expériences, un fait que les auteurs des rares ouvrages d'une certaine consistance sont unanimes à déplorer.

---

(1) L.Bataille,éd.,A Turning Point for Literacy, Pergamon Press, Oxford, 1976, p. 22-23.

L'expérience américaine

Nous examinerons maintenant l'expérience américaine, laquelle devrait nous être beaucoup plus précieuse puisque le contexte y est sensiblement le même qu'ici, autant au niveau des médias qu'au niveau du problème éducatif à résoudre. Cet examen se fera par le biais des deux programmes les plus connus, soit STREAMLINED ENGLISH et OPERATION ALPHABET, les seuls sur lesquels il existe un minimum de données.

La plus ancienne de ces séries, STREAMLINED ENGLISH, fut d'abord diffusée par une station commerciale de Memphis en 1957. Il s'agissait de 42 émissions d'une demi-heure programmées à 20 heures le lundi, le mercredi et le vendredi; la publicité était faite par la station elle-même et par divers groupements communautaires. La série fut préparée par le personnel de la station et utilisait la méthode et les services consultatifs de Frank Laubach. On peut résumer cette méthode de la façon suivante la personne apprend d'abord les lettres de l'alphabet par une certaine association visuelle; une fois les lettres apprises, on passe à des mots entiers; 1 100 mots élémentaires et fonctionnels sont ainsi enseignés et utilisés dans de courts textes.

Cette série était essentiellement pensée en vue d'un visionnement de groupe supervisé par un assistant qui peut travailler avec la classe avant et après la leçon. Lors de la première diffusion, il y eut 750 inscriptions dans 34 centres de visionnement.[1] Après deux ans, le programme estimait qu'environ 2 000 adultes avaient atteint le niveau d'alphabétisation fonctionnelle, soit seulement 3,5% des 57 000 analphabètes de la région de Memphis. La série avait par ailleurs de la difficulté à s'ajuster au rythme d'apprentissage des étudiants: certains

(1) Don R.Browne, "Reading.Writing and TV", in Television Quarterly, vol. 4, # 2, Spring 1965, p.59.

abandonnaient en cours de route parce que c'était trop lent, d'autres manquaient de renforcement lorsque le rythme s'accélérait et se décourageaient [1].

Les rares données existantes, bien qu'élémentaires, permettent de constater que si la série était pensée en vue d'une diffusion unique, on ne peut certainement pas parler d'un succès éclatant. Même si on ne possède pas de chiffres sur les coûts de production, de promotion et de diffusion de ces 42 demi-heures d'émission à une heure de forte écoute, on peut croire qu'ils sont suffisamment élevés pour qu'on ne puisse se satisfaire de 750 inscriptions.

Malgré l'insuccès relatif de l'opération, il y eut plusieurs requêtes pour obtenir des copies de la série. La station de Memphis produisit une nouvelle série de 98 demi-heures qu'elle vendit à plus d'une douzaine d'autres stations qui la diffusèrent par la suite. Nous possédons quelques données sur l'impact d'une de ces reprises de STREAMLINED ENGLISH, par la station éducative de l'Etat d'Alabama en 1960[2]: 254 personnes terminèrent le cours sur les 608 qui s'y étaient inscrites, soit un taux d'abandon de 58%; comme la région de diffusion comptait 105 000 analphabètes fonctionnels, la clientèle rejointe, y compris les abandons, ne représentait donc que 0,5% de la clientèle cible. En réalité, le cours n'a même retenu que 209 personnes à sa façon propre puisque le total de "diplômés" inclut 45 étudiants qui suivirent des cours avec un enseignement traditionnel, sans l'aide de la télévision, parce qu'ils habitaient une région isolée qui ne pouvait pas bien capter les émissions.

---

(1) Wanda D.Cook, Adult Literacy Education in the United States, International Reading Association, Newark, Delaware, 1977, p. 70-71.

(2) Nell Peerson, An Experiment, With Evaluation, in the Eradication of Adult Illiteracy by Use of Television Instruction Over A State Educational Television Network Supplemented by Supervised Group Viewing and by Related Use of Project-Supplied Materials of Instruction, Florence, Alabama, Florence State College, 1961.
Il y a un résumé en français de cette recherche dans: Discussion sur l'alphabétisation, vol.1, #3, été 1970, p. 138 à 146.

Enfin, un fait encore plus étonnant: il y eut plus de professeurs bénévoles impliqués dans le cours, soit 364, que d'étudiants qui terminèrent le cours.

Somme toute, l'utilisation de la télévision dans STREAMLINED ENGLISH a eu un impact bien mince. A moins qu'on cherche désespérément à remplir des heures d'antenne, il est difficile de justifier l'emploi de la télévision en circuit ouvert lorsque l'ensemble des étudiants alphabétisés lors d'une diffusion dans une région densément peuplée trouverait place dans ... un amphithéâtre de dimension moyenne.

La deuxième et la plus connue des expériences américaines d'alphabétisation par la télévision s'intitule OPERATION ALPHABET. Contrairement à STREAMLINED ENGLISH où l'utilisation de la télévision était complétée par l'apprentissage en groupe avec l'aide d'un assistant, l'OPERATION ALPHABET se voulait un ensemble pédagogique complet (télévision/ manuel) qui permet à l'analphabète de s'instruire dans l'isolement de son foyer[1]. Une série de cent émissions de télévision d'une demi-heure chacune fut préparée par le réseau des écoles publiques de Philadelphie en collaboration avec une station de télévision commerciale qui en assura la diffusion pendant vingt semaines en 1961, du lundi au vendredi à 6 heures 30. Un manuel d'une centaine de leçons correspondant chacune à une émission renforce et complète ce que l'élève voit pendant l'émission. Pendant quatre jours, chaque semaine, on montre un certain nombre de mots nouveaux, pour que l'oeil s'y habitue, et l'on enseigne une lettre en écriture cursive, pendant la partie de la leçon consacrée à l'écriture. Le cinquième jour, habituellement le vendredi est consacré à un travail de révision.

---

(1) Robert A. Luke, L'"Opération Alphabet": L'alphabétisation par la télévision, In Revue Internationale de l'éducation des Adultes et de la jeunesse, Paris, Unesco, vol XVI, # 1, 1964.

On prêta une attention spéciale aux problèmes inhérents à une publicité destinée à des analphabètes: d'une part, la publicité écrite ne peut évidemment les rejoindre que par l'intermédiaire d'un lecteur; or d'autre part, les intéressés ont tendance à cacher ces lacunes de leur éducation à leur entourage. Ces difficultés furent certainement contournées en partie par une publicité verbale à la radio et à la télévision, mais on essaya en plus de transformer cette OPERATION ALPHABET en un événement dans la communauté grâce à la collaboration de multiples associations locales qui servirent en quelque sorte d'agents d'information.

Comme le programme a manqué des moyens financiers pour déterminer le nombre de téléspectateurs qui avaient suivi les émissions et mesurer les progrès qu'ils avaient faits, il est difficile d'apprécier les résultats de l'opération. On sait cependant qu'il y a eu distribution de 4 000 exemplaires du manuel et lorsque le maître sur l'écran a demandé aux téléspectateurs d'écrire des lettres sur une page blanche du manuel, il y a eu 2 500 réponses.Comme ce matériel complémentaire comportait les mêmes récits que la série télévisée et qu'il avait été prévu pour permettre aux téléspectateurs de suivre sur leur livre à mesure que les émissions se déroulaient[1], on peut raisonnablement estimer que les véritables étudiants téléspectateurs se sont procurés le manuel et qu'il y a donc eu environ 4 000 etudiants. Ce n'est en réalité que 2% des quelques 200 000 analphabètes que comptait alors Philadelphie. Par ailleurs, tous les textes sur l'OPERATION ALPHABET rapportent qu'elle a été suivie d'une augmentation de 25% des inscriptions d'adultes en éducation de base, mais aucun de ces textes ne nous dit combien de personnes cela représente: il nous est donc impossible de savoir si c'est une augmentation significative.

---

(1) Angelica W. Cass, Matériel et Méthodes pour programmes d'alphabétisation destinés aux adultes, In Discussion sur l'alphabétisation, vol.II, #3, été 1971, p.14-15.

les émissions furent enregistrées sur magnétoscope, offertes gratuitement à d'autres stations et effectivement diffusées dans plus de cent villes américaines. A Cincinnati, les inscriptions en éducation de base augmentèrent de 21% à la suite de la diffusion; encore une fois, il est impossible d'interpréter ce résultat car personne ne dit combien d'étudiants cela représente. A Kansas City, des enquêtes effectuées auprès des téléspectateurs ont montré que l'opération avait atteint 32% des analphabètes, mais on ne nous dit pas en quoi consiste le fait d'être "atteint". A d'autres endroits, on rapporte que le programme n'a rejoint pratiquement aucun analphabète et on blâme l'insuffisance de la campagne publicitaire pour cet échec.[1]

Une des reprises de l'Opération Alphabet, en 1963 dans l'Etat de Floride cette fois, est particulièrement intéressante et ce pour deux raisons: d'une part, on y offrait la possibilité de participer à des classes d'adultes, en plus d'utiliser les émissions et le manuel d'accompagnement; d'autre part, cette reprise a fait l'objet d'une recherche systématique[2], ce qui est exceptionnel.

Bien que la série ait été diffusée à travers l'état par neuf stations de télévision (cinq éducatives, quatre commerciales) on estima que seulement 5 000 des 500 000 analphabètes de la Floride (donc 1% de la clientèle cible) participaient activement au programme. La recherche de Bunger révéla par ailleurs que ceux qui étudiaient en groupe faisaient plus de progrès en lecture que ceux qui étudiaient individuellement, que l'emploi du T V HOME STUDY GUIDE BOOK (le manuel d'accompagnement) ne semblait pas faire de différence dans les progrès

---

(1) Robert A.Luke,Literacy Through Television, in Audiovisual Instruction, April 1966, p. 261-262.

(2) Marianna Bunger, A Descriptive Study of Operation Alphabet in Florida and an Evaluation of Certain Procedures Employed, Ph.D.Dissertation, Florida,State University, 1964,.
Il y a eu un résumé de cette recherche dans Discussion sur l'alphabétisation, vol. 1, été 1970, p. 146-160.

de lecture des étudiants, que la régularité à regarder les émissions ne semblait pas assurer des progrès certains de lecture et que l'OPERATION ALPHABET ne semblait pas affecter les inscriptions dans les cours d'alphabétisation et d'éducation primaire pour les adultes. Bunger conclut:

> "Bien que beaucoup de temps, d'efforts et d'argent aient été dépensés dans le lancement de la campagne OPERATION ALPHABET, le programme dans son ensemble, ne fut pas satisfaisant dans aucun des domaines évalués"1.

Ces deux programmes utilisaient la télévision de façon différente. L'un voulait respecter l'intimité de l'analphabète et lui permettre d'étudier discrètement dans l'isolement de son foyer et à une heure telle (6 heures 30) qu'on pourrait parler d'études en cachette. L'autre, au contraire, était essentiellement pensé en vue d'un visionnement de groupe supervisé par un assistant qui peut travailler avec la classe avant et après les leçons.

A partir des études de Bunger et de Peerson déjà mentionnées et d'un rapport que je n'ai pu consulter[2], Niemi et Anderson concluen

"Ce qui se dégage très clairement, c'est que pour être efficace en tant que moyen éducatif, la télévision doit être combinée avec des groupes de visionnement et des enseignants bénévoles"[3]. Pour ma part, je nuancerais cette conclusion de la façon suivante. D'abord, la diffusion de cours à la télévision est loin d'être une solution miracle pour rejoindre les analphabètes: les deux programmes ont obtenu des résultats décevants à cet égard. En fait, les résultats obtenus sont tellement minces qu'on peut se demander si on ne serait pas arrivé à un résultat égal ou supérieur avec le même niveau d'investissement dans une campagne d'alphabétisation sans la télévision. Ceci étant dit,

---

(1) Marianna Bunger, Opération Alphabet en Floride, In Discussion sur l'alphabétisation, vol.1, # 3, été 1970, p. 159.

(2) H.Holst, Summary of the Literacy Project: WKNO-T V, Memphis, Memphis State University, 1959.

(3) John Niemi, Darrell Anderson, Television: A Viable Channel for Educating Adults in Culturally Different Poverty Groups? -A Litterature Review, Syracuse, New-York, Syracuse University, 1971, p.1
N.B.: J'ai traduit toutes les citations qui étaient en anglais.

le nombre restreint de personnes intéressées par ces cours télévisés, l'élite des analphabètes pourrait-on dire, semblent en effet apprendre mieux en groupe, avec un moniteur bénévole qu'individuellement. Cela rejoint la tendance observée (Schramm et al, op. cit. 1967) dans les pays en voie de développement, tendance qui consiste à faire une plus large place à l'enseignement direct, la télévision devenant un simple auxiliaire.

Quelques autres programmes d'alphabétisation utilisant la télévision (Learning to Read, P S # 4, Learn For Living) mis sur pied aux environs de 1960 sont parfois mentionnés[1], mais on ne possède aucune information sur leur impact. Passé la première moitié des années soixante, les Etats-Unis semblent avoir plus ou moins délaissé cette forme d'intervention. Cook fait un panorama de l'alphabétisation aux U.S.A. de 1900 jusqu'à 1977 et déclare à propos des dernières années: "Bien que l'approche par la télévision se soit fondamentalement révélée un échec dans les années soixante, il semble que l'intérêt pour l'alphabétisation par ce médium va continuer pendant les années soixante-dix"[2]. Mais comme elle ne mentionne qu'un programme qui n'était apparemment qu'à l'état de projet au moment de publier (1977) et que la littérature est muette par ailleurs, on peut vraiment croire que l'utilisation par les américains de cette forme d'intervention a connu son apogée aux environs de 1960 et qu'elle est maintenant plus ou moins abandonnée.

---

(1) Angelica W.Cass, L'utilisation de la télévision dans les programmes d'alphabétisation aux Etats-Unis, in Discussion sur l'alphabétisation, vol.1, #2, printemps 1970, p. 23.

(2) Wanda D.Cook, op. cit. p. 113-114.

Soulignons finalement que tous les programmes que nous avons mentionnés étaient limités à des villes ou au maximum à des états. Une conséquence de la réalité objective de la télévision américaine: en effet, selon St-John Hunter et Harman. "La programmation régionale représente une proportion tellement importante de la programmation télévisée aux Etats-Unis que les coûts impliqués et le nombre relativement petit de téléspectateurs potentiels ont empêché la mise en oeuvre de grands programmes nationaux".[1]

L'expérience britannique

L'expérience récente de l'utilisation de la télévision dans la lutte contre l'analphabétisme au Royaume-Uni est intéressante à plus d'un égard. D'abord, le fait qu'il s'agisse d'un pays industrialisé, rend dans une certaine mesure les résultats de cette expérience transposables au Québec. Par ailleurs, contrairement à ce qu'on a vu aux Etats-Unis, il s'agit ici d'une véritable campagne nationale d'alphabétisation. Finalement, le type même d'utilisation de la télévision qui a été faite au Royaume-Uni diffère fondamentalement de celui qu'on en avait faite aux Etats-Unis quinze ans auparavant.

---

(1) Carman St-John Hunter, David Harman, Adult Illiteracy in the United States, McGraw-Hill, 1979, p.91.

L'Angleterre avait une certaine tradition de bénévolat an alphabétisation et de 10 groupes d'alphabétisation en 1950, on était passé à 240 en 1973. La British Association of Settlements (un groupement d'organisations bénévoles) lança cependant un cri d'alarme en novembre 1973: deux millions d'adultes étaient gravement handicapés par une faible connaissance en lecture et en écriture. Ce chiffre devint un gros titre d'actualité et la campagne d'alphabétisation était en quelque sorte lancée. Il devint évident, et c'était l'objectif de la B A S, que le gouvernement devait s'impliquer dans la lutte à l'analphabétisme, car les organisations volontaires ne pouvaient plus suffire seules à la tâche. A la même époque, la British Broadcasting Corporation (BBC) annonça son intention de mettre sur pied un programme d'alphabétisation par la télévision d'une durée de trois ans, destiné à encourager les analphabètes à demander de l'assistance auprès des autorités locales dans le domaine de l'éducation (Local Education Authorities - L.E.A.s)

La possibilité que des centaines de milliers d'adultes contactent les LEAs, dont la plupart étaient peu ou pas du tout préparés à administrer un programme d'alphabétisation, força le gouvernement, en dépit d'une période de récession économique et de restrictions dans les dépenses en éducation, à verser des fonds à l'automne 1974, pour la création d'une Adult Literacy Resource Agency (ALRA), un organisme autonome constitué sous l'égide de l'Institut national de l'éducation des adultes. La subvention qu'administrait l'ALRA, un million de livres sterling pour une année, fut distribuée au cours de l'année 1975/76 aux LEAs et à des organisations bénévoles pour couvrir les frais supplémentaires en matériel didactique, en équipement audio-visuel, en recherche-action et surtout en

formation, d'abord de formateurs puis, grâce à eux, d'organisateurs locaux, de tuteurs et de bénévoles.Le mandat de l'ALRA fut prolongé et elle distribua de nouveau un million de livres sterling par année en 1976/77 et en 1977/78.

Somme toute, le Royaume-Uni amorça à la fin de 1973 une véritable lutte nationale contre l'analphabétisation, une lutte qui allait impliquer les gouvernements national et locaux, des organismes et des ressources publics et privés, les médias, la mobilisation et la formation de tuteurs bénévoles, ainsi que l'appui des syndicats, des commerçants, de l'industrie et des bibliothèques[1]. La contribution de la BBC, quoique importante, doit donc être perçue comme une partie d'un effort global.

Le programme de la BBC, contrairement aux programmes américains, ne se proposait pas de donner des cours télévisés, du moins pas dans la première série d'émissions, laquelle constituait en quelque sorte la pierre angulaire de toutes les interventions de la BBC. Il s'agissait plutôt, à l'intérieur de très brèves émissions, de vaincre la résistance des analphabètes et de les encourager à appeler le STUDENT REFERRAL SERVICE qui se chargeait de mettre les besoins en contact avec les ressources locales.

Des émissions-pilotes furent pré-testées en octobre 1974, puis en mai 1975, avec des centaines de téléspectateurs analphabètes, de façon à en arriver à un produit séduisant pour le public cible. ON THE MOVE prit l'antenne en octobre 1975, Ces 50 émissions en couleur d'une durée de dix minutes furent diffusées à un moment de grande écoute, 18 heures 05 le dimanche soir, et reprises le jeudi midi et le samedi matin. L'approche était divertissante, de sorte que même des personnes sachant lire et écrire pouvaient la regarder avec intérêt et les

---

(1) Pour un historique plus détaillé, voir H.A.Jones, A.H.Charnley, Adult Literacy - A Study of Its Impact, NIAE, U.K., 1978, Chap.3, Course of the Campaign, p. 12-28.
Voir aussi W.A. Devereux, The Adult Literacy Campaign in the United Kingdom, in Convergence, vol.X, #1, 1977, p. 10-17.

analphabètes ne se trouvaient pas stigmatisés. Deux déménageurs, dont l'un est analphabète, sont au coeur de l'émission, avec leurs péripéties... ON THE MOVE! Bert, qui sait lire mais qui est moins brillant et moins bon camionneur que Alf, explique souvent à ce dernier des éléments de lecture et d'écriture. Leurs dialogues sont accompagnés de films d'animation montrant des mots, des lettres et des signes de la vie quotidienne (Telephone, Pull, Stop ,etc.).La distribution est composée de comédiens bien connus du public. Il y a par ailleurs à la fin de chaque émission une entrevue avec des adultes qui ont récemment appris à lire, puis un rappel du numéro du service téléphonique national qui peut orienter les téléspectateurs vers des cours locaux, accompagné d'un encouragement pressant à utiliser ce service.

Une deuxième série télévisée,d'un niveau plus avancé, intitulée YOUR MOVE, prit l'antenne d'octobre 1976 jusqu'au printemps 1977. Les émissions étaient plus longues (25 minutes), comportaient plus d'enseignement direct permettant aux téléspectateurs de mettre en pratique leurs acquis et mettaient en vedette des adultes en situation d'apprentissage. La première série, ON THE MOVE, fut reprise pendant toute cette année et les deux séries furent reprises en 1977-1978. Un manuel d'accompagnement fut publié en rapport avec chacune de ces séries.

La BBC radiodiffusa par ailleurs, à partir d'octobre 1975, une série de 8 émissions d'une durée de 30 minutes chacune, TEACHING ADULTS TO READ, destinées à la formation des adultes qui s'offraient pour faire du travail d'alphabétisation; un manuel, le BBC ADULT LITERACY HANDBOOK, complétait les émissions. Une nouvelle série de 20 émissions radio de cinq minutes chacune, NEXT MOVE, accompagnées d'un livre de poche, commença en mars 1977: cette série permettait aux étudiants de conserver et d'améliorer leurs acquis en associant

des mots dont le son est familier à la radio avec la représentation imprimée de ces mots. De la même manière que pour ON THE MOVE, toutes ces séries d'émissions radio et télédiffusées ainsi que les documents d'accompagnement furent rigoureusement pré-testés avec des émissions pilotes et des documents pilotes auprès de groupes d'analphabètes.

Le survol des interventions de la BBC [1] permet de voir à quel point il s'agissait d'un véritable effort concerté et donne par ailleurs une idée de l'ampleur de la campagne d'alphabétisation britannique dans la mesure où cette contribution de la BBC ne représentait qu'une partie de l'effort national. Notons finalement que tous les médias assurèrent une bonne couverture de la campagne d'alphabétisation, ce qui contribua certainement à en accroître l'impact global.

A l'automne 1974, peu de temps après l'annonce gouvernementale de l'allocation d'une somme importante à une campagne d'alphabétisation, le ministère de l'Education et des Sciences et la BBC confièrent à l'Institut national d'éducation des adultes un mandat de recherche d'une durée de trois ans (janvier 1975 à décembre 1977) sur l'impact de cette campagne d'alphabétisation. Le mandat de recherche comportait trois volets dont l'un était justement d'évaluer l'efficacité de l'utilisation des médias pour rejoindre et retenir les analphabètes.

Ce projet de recherche présentait cependant de nombreuses difficultés[2]. Une d'entre elles consistait à établir quel était le niveau d'activité en alphabétisation avant le début de la

---

(1) Pour plus de détails, voir: Jenny Stevens, The BBC Adult Literacy Project, In Convergence, vol X, #1, 1977, p. 20-27. Et H.A. Jones, A.H. Charnley, op. cit.

campagne car celle-ci était déjà partiellement en cours lorsque le projet de recherche fut mis sur pied et les données disponibles étaient rares. Tout au plus savait-on que seulement 52% des LEAs avaient déclaré faire un certain niveau d'alphabétisation (en réalité très marginale) en 1972, et qu'il n'y avait qu'un peu plus de 5 000 élèves en alphabétisation cette année-là. Par ailleurs, les objectifs des émetteurs quant à l'impact de la campagne n'étaient pas plus précis: "S'il fallait faire une évaluation quantitative de l'impact des mass media, disent Jones et Charnley, devait-elle être faite au regard des 5 000 adultes déjà rejoints dans un contexte marginal, ou bien au regard des deux millions dont on parlait maintenant?"[1].

Un autre problème se présentait: comment identifier la motivation à l'inscription? Les interventions radio et télédiffusées de la BBC étant constamment multipliées par les médias en général qui s'intéressaient à cet événement, Jones conclut: "Nous pouvions toujours recueillir quelques données brutes sur les nouveaux participants mais il était impossible d'établir une corrélation avec quelque moyen d'information que ce soit puisque les effets des médias sont cumulatifs et que la décision de s'inscrire pouvait se prendre sur une certaine période et être le fruit de plusieurs stimulations différentes"[2]. La BBC était cependant partiellement responsable de ce "problème de chercheurs", et c'est tout à son honneur, car son plan de travail prévoyait explicitement: "Si nous sommes sérieux au sujet de l'utilisation des mass media pour commencer à résoudre ce problème, nous devons reconnaître que la radio et la télévision éducative ne sont pas les seuls instruments nécessaires. Une grande partie de nos efforts devraient être consacrés à persuader les réalisateurs et les animateurs de la programmation générale (non spécifiquement éducative) de faire cause commune avec nous en répétant nos messages à

---

(1) H.A.Jones,A.H.Charnley, op.cit. p.6

(2) H.A.Jones, Adult Literacy in the United Kingdom:The Research Dimension, in Convergence, vol.X, # 1, 1977, p. 31

leur niveau et dans leur propre style au bénéfice de leur immense public"[1]. Ce qui fut dit fut fait et... bien fait.

Ces quelques problèmes (ou faux problèmes) de recherche ayant été évoqués, nous pouvons tout de même considérer quelques données qui jettent un certain éclairage sur l'impact qu'a pu avoir l'utilisation des médias dans cette campagne d'alphabétisation; ces données sont complétées par les multiples commentaires que l'équipe de recherche a recueillis par entrevues en profondeur auprès des administrateurs et organisateurs locaux, ainsi qu'auprès des tuteurs bénévoles et des élèves.

D'abord, les chiffres les plus récents de l'ALRA, février 1978, donnent 125 000 adultes inscrits en alphabétisation. Ce total a dû continuer d'augmenter puisque ON THE MOVE garda l'antenne jusqu'en octobre 1978 et que l'ALRA continuait d'appuyer les initiatives locales. La campagne aurait donc rejoint environ 6% de sa clientèle potentielle, du moins si on prend comme référence le présumé deux millions d'analphabètes. Il faut bien voir cependant que ce dernier chiffre (magique du point de vue de l'impact qu'il a eu dans l'opinion publique) était apparemment gonflé et que la proportion d'analphabètes rejoints serait donc plus importante. Il ne faut en tout cas pas perdre de vue qu'il s'agit d'une véritable masse d'individus que l'on a réussi à impliquer dans un processus éducatif, en bonne partie grâce à l'intervention des mass media. Notons par ailleurs que si on prend le point de comparaison inverse, à savoir ce qui se faisait auparavant, il y a eu multiplication par 25 du volume d'activités en alphabétisation.

Si on ne peut dire que l'intervention de la BBC est seule responsable de l'augmentation du nombre d'analphabètes inscrits

---

(1) Javid Hargreaves, On the Move: The BBC's contribution to the Adult Literacy Campaign in the United Kingdom between 1972 and 1976, British Broadcasting Corporation (Education), Summer 1977, p.9.

dans un processus d'alphabétisation, on ne peut également dire qu'elle ne fut responsable que de cela. Il faut considérer qu'avant 1974," (...) il se faisait peu d'alphabétisation et que la majeure partie de celle-ci était faite par des organisations volontaires ou dans des lieux spéciaux tels que des prisons ou des cliniques psychiatriques. Il y avait peu de personnel expérimenté en alphabétisation des adultes et il faut dire que bien peu semblaient souhaiter cette expérience"[1]. Les administrateurs et les organisateurs ont clairement exprimé l'opinion que sans la participation de la BBC, la campagne d'alphabétisation n'aurait jamais pris une telle ampleur. L'annonce de la participation de la BBC eut en effet un tel impact dans l'opinion publique qu'une partie de la compétence professionnelle des administrateurs devenait en quelque sorte susceptible d'être jugée publiquement. Ceux-ci mirent donc tout en oeuvre pour avoir une belle performance dans la perspective de l'arrivée soudaine de centaines de nouveaux clients analphabètes. C'est ainsi qu'à partir de 1975, pratiquement toutes les autorités locales en éducation (les LEAs) s'occupaient activement d'alphabétisation.

Notons par ailleurs qu'en parallèle avec sa mission de prise de contact et de recrutement d'étudiants potentiels, la BBC s'était donné une mission de prise de contact et de mobilisation de tuteurs bénévoles. L'ALRA signalait en février 1978 que 75 000 bénévoles avaient été mobilisés.Les entrevues menées par les chercheurs révèlent que la BBC est sûrement responsable en partie de ce résultat impressionnant.

Les commentaires des personnes impliquées à divers niveaux dans la campagne d'alphabétisation révèlent finalement que, de toutes les émissions produites par la BBC, c'est ON THE MOVE qui a eu le plus grand impact. Cela confirme la valeur

---

(1) H.A. Jones, A.H. Charnley, op. cit. p. 17.

stratégique du choix d'une heure de grande écoute pour la diffusion d'une telle émission, et la valeur éducative de l'esprit dans lequel les émissions de la BBC avaient été pensées, un esprit qui ne fut totalement concrétisé que dans ON THE MOVE et que Stevens décrit de la façon suivante:

> "Les émissions ne sont pas destinées à alphabétiser miraculeusement les analphabètes. L'équipe de production ne croit pas que la télévision ou la radio puissent jamais, d'elles seules, provoquer plus qu'une très légère amélioration de la capacité en lecture. Les programmes ont pour objectif de stimuler la confiance des adultes en leurs propres capacités d'apprentissage et de les encourager à demander de l'assistance auprès du service téléphonique d'orientation"1.

Cet esprit avait déjà été exprimé dans le plan d'action de la BBC:

> "L'utilisation la plus efficace que nous pourrons faire de la télévision sera en réduisant l'inquiétude et les stigmates de l'analphabétisme et non pas en essayant d'enseigner"2.

A l'opposé, les émissions radio et télédiffusées qui voulaient faire plus d'enseignement direct furent très peu utilisées. Les auteurs de la recherche sur l'impact de la campagne d'alphabétisation rapportent en conclusion que les organisateurs locaux, après avoir reconnu le rôle important joué par ON THE MOVE en tant qu'agent de recrutement et en tant que mobilisateur de l'opinion publique, estiment que l'utilisation de la télévision n'était plus justifiée ensuite dans la mesure où les émissions passaient à des heures défavorables et étaient généralement négligées autant par les tuteurs que par les élèves.

---

(1) Jenny Stevens, ar. cit. p.20

(2) David Hargreaves, op. cit. p. 9.

Somme toute, on pourrait schématiser la contribution de la BBC en trois phases auxquelles correspondent trois niveaux d'impact. Dans un premier temps, il y eut l'annonce proprement dite du projet de la BBC. L'ampleur de ce projet était telle que le simple fait de l'annoncer contribua beaucoup à l'émergence d'une véritable campagne nationale d'alphabétisation: d'abord en mobilisant les autorités locales en éducation, lesquelles ne s'étaient guère préoccupées d'alphabétisation jusque-là; puis les effets se multipliant, en provoquant une implication financière importante du gouvernement.

La deuxième phase correspond à la première année de diffusion d'ON THE MOVE. La BBC diffusa alors à une heure de forte écoute, une émission qui, plutôt que de transposer malhabilement l'école sur le petit écran, s'attaqua avec succès à des tâches qui correspondent bien aux qualités intrinsèques de la télévision: jouer sur les émotions, les attitudes, la perception de soi, les valeurs,... pour recruter des analphabètes et mobiliser des bénévoles pour leur enseigner.

Autant dans une première phase la BBC avait eu beaucoup d'impact par la simple annonce de son grand projet, autant dans une troisième phase elle obtint pratiquement le résultat contraire par la maladresse de sa contribution. On dirait en effet qu'après avoir été très conscients dans leur première réalisation (ON THE MOVE) de ce que peuvent et ne peuvent pas faire les médias à ce niveau de l'éducation des adultes, les responsables de la BBC sont tout à coup retombés dans les failles habituelles de la télévision éducative, soit de diffuser sur des canaux ou à des heures où il n'y a presque pas de téléspectateurs, puis de retrancher encore dans ce public restreint en ne s'adressant qu'à ceux à qui l'école a appris à apprendre seuls.

Conclusion/Discussion

Nous avons d'abord brièvement commenté l'expérience des pays en voie de développement. Cette expérience serait-elle un succès qu'elle serait difficilement transposable au Québec à cause des différences fondamentales de contexte autant au niveau de l'ampleur du problème à résoudre qu'au niveau du degré et du type de développement des mass media. La minceur des données disponibles ne permet de toutes façons pas de savoir si cette expérience fut un succès. Elle a cependant donné lieu à énormément de confusion intellectuelle. Les années soixantes furent traversées par un courant d'enthousiasme tellement aveuglant à l'égard du rôle extraordinaire (!) que les mass media allaient jouer dans le développement du Tiers monde, que les résultats obtenus furent beaucoup plus souvent présumés que vérifiés.[1] Le bruit augmenta quand plusieurs commentateurs proposèrent hardiment de transposer ce présumé succès sur toute la planète et d'appliquer cette "solution miracle" à nos propres sous-développements, sans tenir compte des plus élémentaires nuances de contexte. La réflexion sur les mass media semble heureusement tendre à plus de réalisme depuis quelques années.

Quoi qu'il en soit, quelques tendances ou observations rapportées dans les rares ouvrages d'une certaine importance méritent quelques commentaires. D'abord, la tendance à revenir à une certaine forme d'enseignement direct et à réduire la télévision au rôle d'auxiliaire du maître. Il faut bien voir cependant qu'au Québec une telle tendance se traduirait probablement par l'utilisation de vidéocassettes, une forme de diffusion beaucoup plus souple que la diffusion en circuit ouvert. De toute façon, cette forme d'utilisation de la télévision ne serait en rien une garantie d'une augmentation du volume d'activités en alphabétisation;elle ne serait en réalité qu'un appui à ce qui

---

(1) Pour plus de commentaires sur ce problème voir Inou B. Singh New Strategies in Communication and Development, Rutgers University, New Jersey, présenté au congrès de l'Association canadienne des Communications, Montréal, juin 1980.

se fait déjà et je ne pense pas que ce soit à ce genre d'objectif que songent ceux qui font parfois la suggestion d'utiliser la télévision en alphabétisation au Québec.

Nous avons ensuite relevé le rôle de promotion que peut jouer la télévision. Comme elle s'est rapidement imposée en tant que système de livraison privilégié des messages publicitaires, il n'est pas étonnant qu'on ait également pensé à se servir de la télévision pour transmettre des messages éducatifs. Nous avons pu voir plus loin dans l'expérience britannique que la télévision peut effectivement devenir une porteuse très efficace du discours qui produira la demande éducative pour les nouvelles ressources offertes.

L'expérience du Tiers monde suggérait finalement qu'il est très important d'utiliser au maximum toutes les ressources techniques permettant de mettre sous une forme télévisuelle le contenu éducatif. Ça peut sembler évident, mais c'est souvent la première chose que s'empressent d'oublier ceux qui se retrouvent avec un mandat à caractère éducatif en télévision.

Nous avons ensuite examiné l'expérience américaine à travers ses deux programmes les plus connus, STREAMLINED ENGLISH et OPERATION ALPHABET. Il s'agissait à proprement parler de cours télévisés dans les deux cas. Ces deux programmes ont surtout fait la preuve par leur peu d'impact que des cours télévisés en circuit ouvert sont tout à fait impropres à l'alphabétisation d'un public qu'on dit méfiant à l'égard de l'instruction et du savoir. Si cela n'était pas encore connu au moment où ces deux programmes furent mis sur pied, ce le fut peu après. En effet, après une étude approfondie de la clientèle téléspectatrice de la télévision éducative aux Etats-Unis, Schramm, Lyle et Pool dressaient en 1963 un premier bilan: en gros, il

s'agit d'une fraction très minoritaire du public et cette fraction est composée d'individus très scolarisés, très informés, bien placés dans l'échelle des occupations et des revenus, etc.[1]

Notons en passant que cela ne veut pas dire que la télévision ne peut pas être un moyen d'enseignement efficace. D'autres études ont démontré qu'avec un public captif et motivé, un bon enseignement télévisé semble aussi efficace qu'un bon enseignement direct[2]. Mais ce n'est de toute évidence pas la situation dont il est question ici. Lorsqu'il s'agit de rejoindre une clientèle qui est psychologiquement loin de l'école comme les analphabètes, la dernière chose à faire est de reproduire l'école sur le petit écran. Que ce soit l'école en briques ou l'école sur l'antenne, pour un analphabète ça demeure l'école tout court.

L'expérience américaine nous a par ailleurs appris que les étudiants réussissaient mieux lorsqu'ils étudiaient en groupe avec un moniteur, que seuls. Cela rejoint la tendance qui s'était manifestée dans le Tiers monde, à savoir réserver la responsabilité principale de l'enseignement à un moniteur et reléguer la télévision à un simple rôle d'auxiliaire. Si ce rôle d'auxiliaire devait être lié directement à l'enseignement, nous avons dit plus tôt que, dans le contexte technologique avancé du Québec, un tel rôle serait probablement assumé par des vidéocassettes et qu'on peut difficilement croire que c'est au circuit fermé que pensent ceux qui suggèrent d'utiliser la télévision en alpnabétisation au Québec.

---

(1) Wilbur Schramm, Jack Lyle, Ithiel de Sola Pool, The People Look at Educational Television, Stanford, Stanford University Press, 1963.

(2) Wilbur Schramm, "What We Know About Learning from Instructional Television", Educational Television: The Next Ten Years, Stanford, Stanford University, The Institute for Communication Research, 1962.

Lorsqu'on invoque le grand pouvoir de la télévision à l'appui de son utilisation dans une campagne d'alphabétisation, il ne faut pas perdre de vue où réside ce pouvoir: dans les vastes auditoires qu'elle rejoint par certains types d'émissions et... les deux sont indissociables. Sans certains types d'émissions, la télévision n'est plus qu'un privilège pour un petit nombre de déjà privilégiés. Après plusieurs recherches sur l'impact des émissions télévisées d'éducation populaire de Multi-Media, je concluais que:

> "les sous-scolarisés ne regardent pas spontanément la télévision éducative, car elle correspond habituellement à un genre de télévision qui ne les intéresse pas. Nous avons pourtant constaté qu'il y a des façons de présenter les messages éducatifs de façon à les rendre attrayants et efficaces pour des récepteurs sous-scolarisés", c'est-à-dire des messages "dramatisés", pas trop abstraits, dits dans un langage populaire et "personnifiés "1.

Si ces qualités de messages ont depuis longtemps été comprises par les publicitaires et les chaînes commerciales de télévision qui s'en servent le plus souvent pour présenter des messages traditionnalistes, fermés au changement, ou récupérateurs du changement à des fins commerciales ou moralisatrices, rien n'interdit de se servir des mêmes méthodes pour appuyer des campagnes d'éducation. A la guerre comme à la guerre et à la télévision pas comme à l'école.

---

(1) Robert Saucier, Deux recherches-action sur l'impact de la télévision éducative de Multi-Media, mémoire de maîtrise, Sociologie, Université de Montréal, 1978.
Ces résultats confirmaient des observations semblables que nous avions faites dans une autre recherche. C.Carisse, J.Le Roux, M.Santerre, R.Saucier et N.Stanford. Les messages:eux et nous, in Recherches sociographiques, vol XIII, #2, 1972, p.255-265.
Voir également Joseph M.Trenaman, Communication and Comprehension, Humanities Press, New York, 1968.

C'est justement ce que les Britanniques semblent avoir si bien réalisé dans la série télévisée ON THE MOVE. Ils ont produit un bon divertissement télévisé qui pouvait rejoindre tous les publics, qui tenait compte du fait que la clientèle cible n'est pas motivée au sens strict,et s'en sont servis pour d'une part stimuler la confiance des adultes en leurs propres capacités d'apprentissage et d'autre part les encourager à demander de l'assistance. Commentant tous les efforts qui furent mis dans les pré-testings pour arriver à trouver le style d'émission appropriée, le directeur de la section "Further Education" de la BBC affirme avec humour:"Si tout cela peut sembler exagérément commercial et non éducatif, il faut bien garder à l'esprit une contrainte persistante et incomfortable dans le domaine de la diffusion de masse: s'il n'y a pas de public, il n'y aura plus de temps d'antenne - et plus de job pour l'éducateur de masses par la télévision".[1]

La deuxième série d'émissions de la BBC, YOUR MOVE, manifestait cependant une surestimation des transformations (ou une incompréhension de l'ordre des transformations) qui pouvaient s'opérer chez les analphabètes en l'espace de quelques mois. Analysant les raisons données par les adultes pour expliquer pourquoi ils avaient ce problème d'analphabétisme, Jones et Charnley commentent: "Ce qui est frappant dans ces souvenirs de l'école, c'est la conviction partagée que si seulement on leur avait accordé un peu d'attention <u>individuelle</u> à l'école, tout se serait bien passé. Il n'est donc pas surprenant que lorsqu'ils se joignent à un programme pour adultes, nombre d'entre eux ont été attirés par la perspective d'une attention individuelle, car c'était en fait leur critère initial d'un bon programme"[2]. Si la télévision (ON THE MOVE) a fait miroiter aux analphabètes les avantages d'une solution à leurs problèmes, et qu'il s'est avéré que le type de solution (individuelle)

---

(1) John Cain, Style in Educational Television, in <u>Studies in Adult Education</u>, vol.8 #1, avril 1976, p.50.

(2) H.A. Jones, A.H. Charnley, op. cit. p. 81.

proposé correspondait exactement au besoin ressenti par les analphabètes, on voit difficilement pourquoi ces derniers ressentiraient tout à coup le besoin d'une solution de masse et se mettraient à regarder à des heures indues des émissions télévisées (YOUR MOVE) dont le cours (dans les deux sens du terme) ne peut être interrompu et qui ne tiennent pas compte des problèmes particuliers de chacun.

De toute cette expérience accumulée, retenons donc surtout comme illustration positive des pouvoirs réels mais limités de la télévision en alphabétisation, le cas de la BBC avec ON THE MOVE dans sa première année de diffusion.

Par cette émission, les Britanniques se sont alors servis de la télévision comme d'un moyen parmi d'autres à l'intérieur d'une campagne d'alphabétisation bien structurée. Ils n'ont pas essayé de faire jouer à la télévision tous les rôles à la fois. Ils lui ont plutôt assigné une tâche qui lui revient naturellement, soit de faire la promotion de la campagne, plus précisément le recrutement des analphabètes (et des tuteurs bénévoles) en faisant agréablement appel à l'affectivité des téléspectateurs (à une heure où il y en a beaucoup), et ils ont confié le soin de l'enseignement à d'autres moyens, non technologiques ceux-là.

La perspective québécoise

Tout ce que l'expérience des autres nous apprend rend un apport fructueux de la télévision québécoise en alphabétisation à la fois relativement facile à imaginer mais plutôt difficile à concrétiser.

On peut d'abord éliminer assez rapidement le recours à des stations locales dans le cadre de campagnes régionales. Un important apport potentiel de la télévision étant justement de créer un impact national par l'importance de la campagne d'alphabétisation qu'elle rend visible à l'ensemble de la population, on voit mal comment de multiples ententes avec des diffuseurs locaux pourraient assurer dans l'ensemble une meilleure place sur l'antenne qu'une seule entente avec un télédiffuseur national approprié. La fragmentation de la diffusion pourrait aussi avoir comme conséquence négative l'obligation de produire une série d'émissions différente dans chaque région alors qu'il apparaît clairement qu'il ne faut pas lésiner sur la qualité de la série bien que les ressources ne soient pas illimitées.

Au niveau d'une campagne nationale, éliminons tout de suite Radio-Québec. Sa vocation de télévision éducative en fait presque en soi le canal à éviter lorsqu'on veut s'adresser à un vaste public et particulièrement à un public peu scolarisé. Le souvenir douloureux de Multi-Media diffusant paradoxalement ses émissions d'éducation populaire à l'antenne de Radio-Québec est encore trop frais en mémoire pour qu'on souhaite renouveler l'expérience[1].

---

(1) Pour ceux qui n'auraient pas connu, voir: Robert Saucier, Diane Pinard, Nicole Stafford, Réflexions sur la recherche Multi-Media, préparé pour diffusion par R.Saucier, Service Études et Projets, mai 1979, p. 11-14.

Le réseau T.V.A. est sans doute celui qui rejoint le public le plus vaste et regroupant le mieux la clientèle que viserait une émission destinée plus ou moins explicitement à faire la promotion d'une campagne d'alphabétisation. La chaîne ayant un public fidèle, il resterait aux éventuels promoteurs d'un tel projet à convaincre les responsables de la programmation du bien-fondé d'une telle entreprise, car les bonnes heures d'antenne sont loin d'être disponibles à tout venant. Et encore faudrait-il d'abord qu'il y ait à l'intérieur du Ministère de l'Education suffisamment de personnes convaincues de la valeur d'une telle utilisation de la télévision, car les schémas culturels propres aux spécialistes de l'éducation vont probablement beaucoup plus spontanément les porter vers quelque chose qui ressemble à une table ronde sur l'alphabétisation à Radio-Québec qu'à rechercher les services d'une scénariste à succès pour qu'il ponde un genre de téléroman dont un ou plusieurs des personnages serait analphabète. Et même là, l'utilisation de la télévision demeure plutôt inutile si elle ne se situe pas dans le cadre d'une vaste campagne d'alphabétisation impliquant tous les intervenants anciens et nouveaux, ce qui reste à mettre sur pied.

En résumé, il semble y avoir des possibles fructueux dans l'utilisation de la télévision en alphabétisation au Québec. Cependant, ceux qui voudraient actualiser ces possibles devront mener une lutte lucide car les difficultés et les illusions sont nombreuses qui pourraient rendre un tel projet impossible ou inefficace.